

Ольга Мартинова

м. Житомир

Комунікативні стратегії та тактики мовленнєвого спілкування (на матеріалі сучасної англійської прози)

На сучасному етапі розвитку знань у руслі комунікативної лінгвістики значна увага приділяється проблемам успішної комунікації, зокрема акцент переноситься не тільки на умови, що забезпечують її ефективність, але й розглядаються причини, що ведуть до порушень акту комунікації та його подальшого протікання. Особливої уваги з боку дослідників в наш час набуває проблема досягнення мети комунікації, що розглядається з позиції отримання як позитивного результату, так і негативного, що витікає з появи комунікативних невдач у ході спілкування. Значний вклад у дослідження опису причин та джерел комунікативних невдач, виявлення параметрів, що забезпечують успішну комунікації, а також комплексне дослідження порушень акту комунікації, розгляд основ типології комунікативних невдач зробили Городецький Б.Ю., Гудман Б.А., Славова Л.Л., Земська Є.А., Ключев Є.В., Сабурова І.П. [2; 3; 7; 4; 6] та інші. Практичною ж метою всіх досліджень, вважається збільшення ефективності спілкування, як результат застосування отриманих висновків.

В останні роки спостерігається збільшення інтересу з боку дослідників (Афанас'єва Л.А., Єрмакова О.Н.) до вивчення закономірностей розвитку інтеракцій з угрозою негативного комунікативного результату на шляху реалізації комунікативних цілей комунікантів [1]. Проте, ще залишається багато проблем, які потребують подальшого дослідження. Серед недостатньо вивчених аспектів проблем комунікації, на наш погляд, актуальним є дослідження протікання акту комунікації та його успішність або неуспішність в залежності від параметру кооперативних / конфронтативних комунікативних стратегій та тактик комунікантів.

Метою нашого дослідження є аналіз реалізації комунікативних стратегій та тактик в ході спілкування та їх вплив на досягнення або недосягнення кінцевої мети комунікантів. Реалізація поставленої мети вбачається у наступних завданнях: 1) розгляд основних комунікативних стратегій і тактик, що використовують мовці для досягнення мети спілкування; 2) аналіз використання комунікативних стратегій і тактик в ході сучасного англійського спілкування; 3) визначення перспектив подальшого дослідження впливу реалізації комунікативних стратегій на успішність комунікації.

В основі будь-якого комунікативного акту є необхідність передати партнеру

Певну інформацію, але крім суто повідомлення комуніканти завжди переслідують і певні немовленнєві цілі, які в кінцевому рахунку регулюють діяльність співрозмовника. А реалізація будь-якої цілі вимагає детального

планування та прогнозу. Важко уявити в природній комунікації ситуацію, коли поставлену мету можна досягти лише за допомогою одного звертання до партнера. Мовленнєва поведінка комуніканта є варіативною, що передбачає декілька способів реалізації поставленої мети. Співрозмовники можуть коректувати свої дії в залежності від ситуації, що розгортається, залишаючись при цьому в рамках зазначеної мети. А отже, всі мовленнєві дії комуніканта, що направлені на досягнення комунікативної мети знаходять своє відображення у так званих комунікативних стратегіях та тактиках. В широкому сенсі під комунікативною стратегією розуміють планування комунікативного процесу, коли метою є досягнення певних довготривалих результатів [7]. За звичай, комунікативні стратегії реалізуються у комунікативних тактиках, одній або декількох діях, які мовці конструюють походу варіативності діалогу, які допомагають досягнути поставленої кінцевої мети. В основі комунікативних стратегій знаходяться мотиви, установки та спонукання комунікантів, що визначають їх орієнтацію на певну систему стратегій та тактик. При цьому, ефективність комунікативних стратегій виявляється у результатах або наслідках соціальної взаємодії, незалежно від того, чи є цей результат свідомо спланованим або ні. Обираючи певну комунікативну стратегію, комуніканти мають зважати на правила та закономірності спілкування.

Зокрема, спостерігається залежність між вибором певної комунікативної стратегії та принципом кооперації/конфронтації, розробленим п. Грайсом. Згідно принципу кооперації співрозмовники мають прагнути до співробітництва, тобто вносити той вклад, який потрібен на певній стадії розмови, а це в свою чергу впливає на вибір певної стратегії, що забезпечить співпрацю та взаємопорозуміння, а отже і успішну реалізацію комунікативної мети. Принцип конфронтації відображається у негативній, конфліктній лінії поведінки одного чи обох комунікантів, що веде до певних порушень природнього ходу комунікації та має розв'язуватися реалізацією певного набору комунікативних стратегій, направлених на їх подолання та досягнення поставленої мети. При цьому некоопераційному принципі, головним є пріоритет інтересів адресанта над інтересами адресата.

Отже, параметр кооперативної або конфронтативної налаштованості комунікантів може виступити основою класифікації комунікативних стратегій на два типи:

- 1) Кооперативні стратегії;
- 2) Конфронтативні стратегії.

До першої групи відносяться стратегії схвалення та апологетики, утіхи, умовляння та інші, до другої – стратегії дискредитації, сварки, погрози та інші.

Таким чином, плануючи спілкування адресант повинен зважувати на: інформацію про майбутнє спілкування, інформацією про мотиви та цілі, інформацію про контекст спілкування, власну кооперативну або некооперативну налаштованість та обрати певні комунікативні стратегії та тактики. Варто також при прогнозуванні ситуації спілкування прийняти до

уваги мотиви, цілі та комунікативну налаштованість адресата та завчасно передбачити можливі комунікативні стратегії в залежності від того, чи слухач буде готовим співпрацювати або займе конфронтативну позицію. Все це допоможе як найкраще побудувати план взаємодії та досягти поставленої мети.

Проаналізуємо певні комунікативні ситуації з точки зору мотивів, комунікативної налаштованості мовців, обраних ними комунікативних стратегій, та досягнення поставленої мети комунікації.

Наприклад, під час розмови, де один з мовців кліфорд бойлестон закликаючи місіс форестер погодитись з його думкою, наводить різні аргументи, навіть залежність інших людей від її рішення, не може вчасно прореагувати на її репліку, сказану латиною (і ти, брут!) Через те, що він її не розуміє, тому він вважає за краще, продовжити свою думку далі та ще більше тиснути на неї, повторюючи запитання чи вона зробить те, що він вимагає, і отримує врешті її згоду:

“all,” said clifford boyleston. “we’re all in the same boat. He’s quite right, mrs. Forrester, the philatelist must come back.”

“et tu, brute.”

Mr. Simmons did not understand latin and if he had would probably not have been moved by mrs. Albert forrester’s exclamation. He cleared his throat and continued.

“will you do it? Mrs. Forrester?”

“... for my art’s sake not for mine...” [12].

Так, у наведеному прикладі адресант налаштований кооперативно, адресат - спочатку конфліктно, а потім кооперативно, обирають певні комунікативні стратегії та тактики. Адресант, маючи на меті добитись згоди адресата, залучає кооперативні стратегії умовляння, що забезпечують реалізацію його мети. Треба також зазначити, що недостатні фонові знання адресанта могли привести до порушення комунікативного акту, але його кооперативна налаштованість та тактика посилення вмовлянь зняла напругу та змінила налаштованість адресата, що й забезпечило досягнення мети.

За звичай комунікація базується на правилах, так обираючи певну стратегію комуніканти мають їх дотримуватись. Адже недотримання правил може порушити комунікацію та привести до повного непорозуміння мовців. В цьому випадку кооперативні комунікативні стратегії та тактики можуть пом’якшити конфлікт або повністю залагодити його.

наприклад, коли комуніканта питають чому він приїхав жити саме в це місто, він не розуміє значення поставленого питання, адже в нього не вистачає мовних знань, а відповідає заради чого, навіть коли його уточнюють, він всерівно не дає очікуваної відповіді, а говорить, що він сентименталіст, на що адресант переводить дещо акцент на те, що це місце дуже гарне:

“and how come you in these parts anyways?” He said.

“oh, i came out to the islands for my health. My lungs were bad and they said i hadn’t a year to live. You see they were wrong.”

“i meant, how come you to settle down right here?”

“i am a sentimentalist”

“ oh!”

Neilson knew that the skipper had not an idea what he meant, and he looked at him with an ironical twinkle in his dark eyes.”

“ you were too busy keeping your balance to notice when you crossed the bridge, but this spot is generally concidered rather pretty”[9].

Отже, незважаючи на те, що адресат не зрозумів його, адресант використовує кооперативні стратегії, зокрема схвалення для залагодження напруги.

В наступному прикладі адресант налаштований на конфлікт та ясно дає це зрозуміти, використовуючи некооперативні стратегії та тактики сварки, образи для захисту своєї думки та розпалюючись з кожною реплікою адресата. Не важко передбачити, що налаштований на конфлікт він не змінить власної думки, що приведе логічно або до порушення комунікації взагалі з взаємними образами, або адресант нав'яже адресату свою думку.

“you can not fight anybody with the palms of victory.”

Crundle showed a curious restlessness as this conversation proceeded...

“what’s all this mean, eh? One would think you were half on the side of all the stuff and nonsense – and all you talking about it with those long faces.”

“pardon me, interposed the old lawyer, with the relish for repeating the logical point, my suggestion was very simple...” [8].

“do you think friday unlucky,” demanded crundle, like one at bay, turning his staring eyes on the poet.

Але в реальному спілкуванні комунікант, налаштований на співпрацю, не завжди обирає лише кооперативні комунікативні стратегії, слід звернути увагу також на можливість залучення некооперативних стратегій та тактик для досягнення бажаного ефекту.

Наприклад, відповідаючи на запитання, якої думки про адресанта, адресат, перший явно передбачає схвальну відповідь. Але почувши, що вона жорстока, безжальна, природжена інтриганка та самовдоволена особа, адресат ніби обурюється та дозволяє собі нецензурно ображати адресанта, але потім виявляє вдоволення від такого виду комплементу:

“and what is your opinion of me?”

“ hard as nails, absolutely ruthless, a born intriguer, and as self centered as they make ‘em.”

She then called me a name which a lady does not habitually apply to a gentlemen who, whatever his faults, has never had legitimacy called in question. But though her eyes flashed i could see that she was not in the least angry. She accepted my description of her as complimentary [10].

В цьому випадку, вже адресат, налаштований на кооперативний лад, обирає некооперативну стратегію, а саме – тактику невивічливості, що досягти мети – виявити своє захоплення дамою. Передбачивши майбутній ефект, він говорить їй неприємну для багатьох правду, але саме цим він досягає бажаного результату.

У наступному прикладі, теж протилежними виявляються стратегії комунікантів. Актриса, не розуміючи чим вона образила тома, телефонує йому, що це з'ясувати, а він в свою чергу, спочатку перепитує, а потім іронічно заперуючи образу, говорить, що йому подобається бути утриманцем.

“ tom?”

“yes?”

“what does this mean? Why have you sent me all those things?”

“did you get the notes this morning?”

“yes. I couldn't make head or tail of it. Have i offended you?”

“oh, no he answered. I like being treated like a kept boy.”[11].

отже адресант обирає кооперативні стратегії перепрошення, м'якої форми запитань, намагається з'ясувати причину образи, та врешті з'ясовує, але не передбачено, а адресат вдається до некооперативних стратегій та тактик перебивання, непослідовності мовлення та намагається теж образити адресанта, і в решті досягає мети.

Таким чином, дослідження комунікативних стратегій і тактик та їх вплив на протікання комунікації та її результат є досить актуальним, адже об'єкт дослідження представляє собою реальне спілкування. Процеси комунікативного планування та управління, інтуїтивно відомі більшості мовців, в реальності виявляються складним когнітивним феноменом. Саме вдало обрані комунікативні стратегії та тактики забезпечують досягнення комунікативної мети найбільш оптимальним шляхом. Загальний характер комунікації та її результат залежать також від комунікативної налаштованості комунікантів. Вступаючи в спілкування, комуніканти повинні не тільки обрати кооперативну або конфронтативну налаштованість та відповідні комунікативні стратегії та тактики, але й вміти передбачити налаштованість партнера та бути готовими коректувати хід діалогу, реалізуючи певні стратегії в залежності від ситуації, щоб досягти поставленої мети. Адже ефективність комунікативних стратегій виявляється у задоволенні інтересів та досягненні бажаної мети комуніканта.

Перспектива подальшого дослідження проблеми комунікативних стратегій та тактик вбачається у їх детальному описі при плануванні, управлінні та прогнозуванні комунікативного спілкування, адже нові типи комунікативних ситуацій, нові форми комунікації можуть стати основою для формування нових стратегічних та тактичних завдань.

Список літератури

1. Афанасьева л.а. организация интеракций с наличием угрозы негативного коммуникативного результата (на материале английского языка): автореф. Дис. ... Канд. Филол. Наук: 10.02.04 / воронеж. Гос. Ун-т. – воронеж, 2005. – 23 с.
2. Городецкий б.ю. кобозева и.м., сабурова и.п. к типологии коммуникативных неудач // диалогическое взаимодействие и

- представление знаний. – новосибирск: ан сср сибирское отделение вц, 1985. – с. 64- 78.
3. Гудман б.а. идентификация референта и связанные с ней коммуникативные неудачи // новое в зарубежной лингвистике. – м.: энергия, 1989. – вып. 24. Компьютерная лингвистика. – с. 209-258.
 4. Земская е.а. к построению типологии коммуникативных неудач // русский язык в его функционировании. Коммуникативно-прагматический аспект. – м.: наука, 1993. – с. 30-59.
 5. Иссерс о. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – м.: urss, 2006. – 284с.
 6. Ключев е.в. речевая коммуникация. – м.: приор, 1998. – 224с.
 7. Славова л.л. типологія комунікативних невдач (на матеріалі сучасного англійського мовлення). – житомир, 2005. – 107с.
 8. Chesterson g.k. the house of the peacock // honeymoon and other stories by english writers. – м.: айрис пресс, 2002. – 280р.
 9. Maugham w.s. red // honeymoon and other stories by english writers. – м.: айрис пресс, 2002. – 280р.
 10. Maugham w.s. the voice of the turtle // honeymoon and other stories by english writers. – м.: айрис пресс, 2002. – 280р.
 11. Maugham w.s. theatre // вінниця: нова книга, 2002. – с.147.
 12. Maugham w.s. the creative impulse // honeymoon and other stories by english writers. – м.: айрис пресс, 2002. – 280р.
 13. Seitel f.p. the practice of public relations. – n.y.: academic press, 1992. – p. 182-183.